

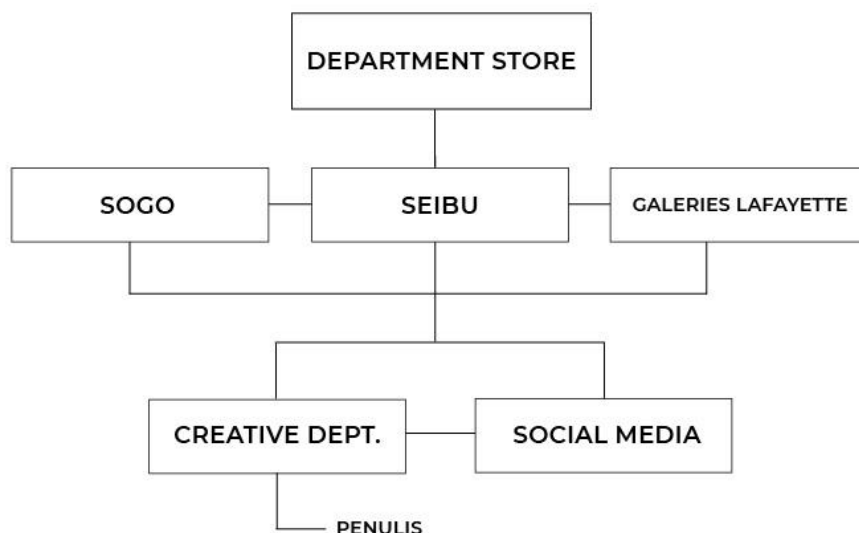
BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1. Kedudukan dan Koordinasi

Penulis melaksanakan Pratik kerja magang di SOGO sebagai desainer grafis untuk *creative department*, namun terkadang penulis juga mendapatkan beberapa *creative brief* dari divisi *social media* untuk membuat insta-story untuk *greetings* dan IG Live dalam bentuk *motion graphic*.

3.1.1. Kedudukan

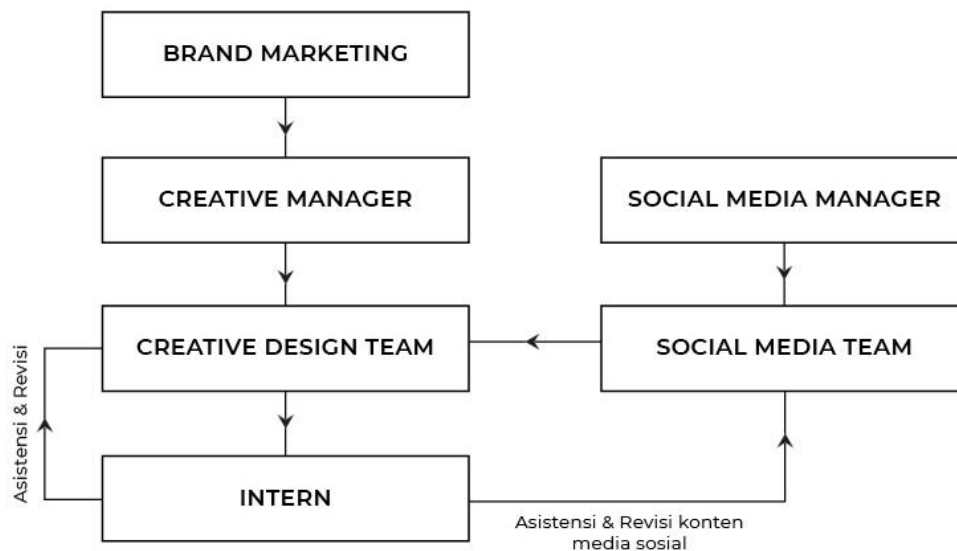


Gambar 2.4. Bagan Kedudukan Praktik Kerja Magang

Penulis ditempatkan di *creative* tim di department *creative* selama kurang lebih 9 minggu untuk melakukan praktik kerja magang. Pada divisi ini biasanya mengerjakan *promotional campaign*, ataupun membuat *post* untuk *social media*, dan *collateral* untuk *department store* seperti SOGO, Seibu, dan Galeries Lafayette, selama melakukan praktik kerja magang ini penulis dibawah langsung oleh Jessy, Ronald, dan Edwin Ramadan sebagai *supervisor* lapangan penulis. Selain itu ada Caca dan Kevin dari Divisi *social media* yang menjadi *supervisor* dalam hal

wording, *briefing*, dan asistensi untuk konten di *social media* Instagram ataupun untuk insta-story *greetings* yang bisanya dibuat pada saat hari raya tertentu, namun penulis tetap men-asistensikan juga ke Edwin selaku *supervisor* lapangan penulis.

3.1.2. Koordinasi



Gambar 2.5. Bagan Koordinasi dalam SOGO

Pekerjaan yang dilakukan selama di *Creative department* adalah membuat *digital web banner* untuk *department store* seperti SOGO, Seibu dan Galeries Lafayette, namun paling sering yang dikerjakan penulis adalah untuk SOGO dan Seibu, *web banner* yang penulis kerjakan adalah untuk berbagai *e-commerce* yang ada di *department store* tersebut, mulai dari Gripz, Philips, Zojirushi, Guy Laroche, dan *promotional banner* untuk Blibli ataupun Tokopedia. Konten- konten *web banner* yang dibuat biasanya berkaitan dengan promosi atau *campaign*, hari-hari raya seperti *Chinese new year*, *Chrismast*, dan Ramadan, ataupun penyelenggaraan *event* yang berupa IG Live, yang diadakan di Instagram masing-masing *department store*. Untuk konten yang berupa *wording* dan *creative brief* penulis mendapatkan melalui *supervisor* dan dari divisi *social media*.

Ketika penulis mendapatkan *brief*, biasanya penulis akan di *call* melalui whatsapp selama 10-20 menit mengenai *brief* yang telah di berikan kepada penulis, untuk divisi *social media* biasanya memberikan tema secara keseluruhan melalui whatsapp *call* dan menjelaskan detail apa yang ingin di tampilkan di *posting-an feeds* ataupun *insta-story*, selanjutnya penulis akan diberikan *wording* melalui whatsapp, penulis juga biasanya menda dalam bentuk semi *script*, setelah itu penulis mem-visualisasikan dari *brief* yang diberikan biasanya penulis membuat dua *alternative* dan men-asistensikan ke *supervisor* penulis dan ke penanggung jawab *brief* dari divisi *social media* yang akan diteruskan ke bagian *manager social media*, apabila penulis mendapatkan revisi dari divisi *social media* penulis akan me-revisi dan menunjukkan hasil revisi tersebut ke *supervisor* penulis, apabila sudah di setujui penulis akan melanjutkan *forward* ke bagian penanggung jawab dari divisi *social media* selaku yang memberikan *creative brief* di saat itu.

Untuk *brief* dari Edwin selaku *supervisor* penulis, biasanya *supervisor* memberikan notifikasi berupa *chat* melalui whatsapp mengenai *brief* yang sudah di kirimkan melalui email, isi email tersebut berupa judul besar dari *web banner e-commerce* dari *brand* yang bersangkutan, promosi yang ingin di cantumkan, serta berlaku di *department store* apa dan dengan bank apa, selain itu biasanya di cantumkan juga link *we-transfer* yang berisikan editorial foto dari *brand* yang bersangkutan. Dalam proses pembuatan desainnya, biasanya *supervisor* penulis memberikan gambaran awal berupa *web banner* yang sebelumnya *supervisor* buat, untuk sebagai referensi penulis, selebihnya diserahkan semua oleh penulis, mulai dari pemilihan *font*, elemen yang akan digunakan, sampai dengan *layouting*, namun tetap melakukan proses asistensi ke *supervisor* lapangan, dari *alternative* yang penulis buat, akan dipilih satu contoh desain yang nantinya akan diteruskan ke beberapa ukuran untuk *digital web banner*.

3.2. Tugas yang Dilakukan

Selama penulis menjalani praktik kerja magang di perusahaan ini, pekerjaan yang paling banyak dilakukan penulis adalah pembuatan *web banner* dan *motion graphic*. Berikut adalah tugas-tugas yang dibuat penulis selama proses magang ini.

Tabel 3.1. Detail Pekerjaan yang dilakukan Saat Magang

NO	TANNGAL	PROYEK	KETERANGAN
1	1-5 Februari 2021	(GRIPZ) <i>key visual banner</i> <i>Lunar Year motion</i>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Keyvis banner</i> untuk <i>Lunar year</i> (GRIPZ) • Revisi <i>banner</i> GRIPZ • <i>Brief</i> baru <i>greetings CNY</i> • <i>IG post & simple motion socmed</i> (CNY) • Revisi <i>motion</i> (CNY) • Mencari foto untuk <i>menswear banner</i>
2	8-11 Februari 2021	<i>Key visual banner</i> (Philips & Zojirushi) <i>Motion graphic greetings</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Eksplorasi <i>font & Asset</i> menswear campaign • <i>Keyvis banner</i> untuk Philips & Zojirushi • <i>Brief</i> baru <i>motion</i> di <i>socmed</i> • Membuat <i>alternative design</i> masker • Membuat <i>banner</i> Philips untuk Tokopedia ig dan <i>banner digital</i> • Pembuatan <i>motion greetings</i> SEIBU untuk CNY dan Valentine

3	15-19 Februari 2021	<i>Motion graphic</i> <i>Dept. store</i> <i>Alternative</i> <i>banner</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat 3 <i>motions</i> untuk instastory SOGO, Seibu, Galeries Lafayette • Revisi <i>motion</i> + <i>asset</i> pada <i>motion</i> + <i>backsound</i>. • <i>Brief</i> baru <i>banner</i> • Penambahan GIF untuk instastory • Membuat <i>banner</i> Guy laroche
4	22-26 Februari 2021	Ekplorasi <i>banner</i> SOGO IG LIVE	<ul style="list-style-type: none"> • Ekplorasi <i>font</i> untuk <i>banner</i> • Membuat turunan <i>banner</i> Guy laroche • <i>Brief</i> IG story <i>Teaser</i> • Membuat ig story sogo <i>live</i> x UBS (<i>artboard</i>) dan <i>mograph</i>
5	1-5 Maret 2021	<i>e-banner</i> MAPclub <i>Banner Philips</i> <i>Highlight Seibu</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Revisi <i>mograph</i> UBS • Membuat <i>key visual banner</i> MAPclub • Revisi <i>banner</i> + gambar produk, dan turunan <i>banner</i> SOGO & Seibu • Membuat <i>banner</i> Philips + ig story utk tokped • <i>Highlight</i> untuk Seibu + button GIF
6	8-10 & 12 Maret 2021	<i>Motion graphic</i> <i>Layout</i> instastory	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat <i>motion</i> untuk Sogo live xMKG • <i>Layout</i> ulang, tambahkan <i>backsound</i> • <i>Layout</i> Instastory, asset SOGO • Revisi, & edit foto • Finalisasi file IG Story

7	15-19 Maret 2021	Banner blibli	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat <i>banner</i> Blibli + alternatif, • Revisi dan finalisasi <i>banner</i> Blibli • Finalisasi file-file dan revisi
8	22-26 Maret 2021	<p>Membuat komponen untuk <i>website</i> SOGO</p> <p>Membuat <i>banner</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Brief</i> baru untuk <i>banner & account website</i> SOGO (<i>alternative</i>) • Mencari foto untuk <i>web image category</i> • Membuat <i>alternative</i> logo Apregindo • Membuat digital banner Me&City • Membuat <i>motion greetings</i> Easter
9	29-9 April 2021	<p>Finalisasi logo</p> <p>Finalisasi <i>banner, icon</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Melanjutkan <i>banner + alternative</i> • Finalisasi logo Apregindo • Finalisasi <i>banner</i> untuk <i>web</i> sogo, dan • Finalisasi <i>banner</i> dan <i>addtional banner</i> serta beberapa revisi

3.3. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama proses praktik kerja magang, pekerjaan yang penulis lebih banyak dapatkan adalah membuat desain *web banner* selanjutnya akan diturunkan oleh penulis ke beberapa ukuran untuk digunakan di beberapa *platform*. Pekerjaan yang penulis dibuat selalu dipantau dan dibimbing oleh Edwin Ramadan selaku *supervisor* lapangan penulis, selain itu penulis juga sering mendapatkan pekerjaan untuk membuat *motion graphic* untuk Instagram, sesuai dengan keperluan meliputi *greetings* hari raya, IG LIVE, *highlight*, ataupun *feeds* Instagram, untuk pekerjaan ini penulis mendapatkan *brief* melalui divisi *social media* dan di *brief* langsung melalui whatsapp *call* dengan Caca atau Kevin, namun dalam proses pengerjaan

desain, penulis tetap asistensikan *artboard* desain ke supervisor penulis terlebih dahulu.

3.3.1. Proses Pelaksanaan

Dalam proses pelaksanaan praktik magang berlangsung, penulis sebagai *creative design intern* melakukan pengerjaan desain *web banner* untuk *e-commerce* perusahaan ini terutama pada *department store*-nya, selain itu membuat *banner* untuk Tokopedia dan blibli, dan membuat *motion graphic* ataupun *feeds* Instagram, dan beberapa pekerjaan lainnya, berikut adalah penjabaran pekerjaan yang penulis lakukan selama praktik kerja magang ini berlangsung.

1. Promotional Web banner untuk Philips dan Zojirushi

Koninklijke Philips Electronics Ltd. atau biasanya yang kita kenal dengan nama Philips merupakan salah satu perusahaan elektronik terbesar di dunia yang berasal dari belanda. Tujuan yang melatarbelakangi perusahaan ini adalah untuk meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan msyarakat dunia melalui inovasi yang bermakna, untuk promosi kali ini adalah produk *air fryer* Philips.



Gambar 3.1. Logo Philips
(Sumber: Dokumentasi Perusahaan)

Selanjutnya adalah Zojirushi, zojirushi sendiri merupakan perusahaan asal Jepang yang telah berdiri selama 90 tahun, perusahaan ini adalah salah satu perusahaan yang mencetuskan kaca vakum pada botol minum, perusahaan ini bergerak dalam bidang perlengkapan rumah tangga, dan selalu mengeluarkan inovasi baru untuk membantu kehidupan sehari-hari.



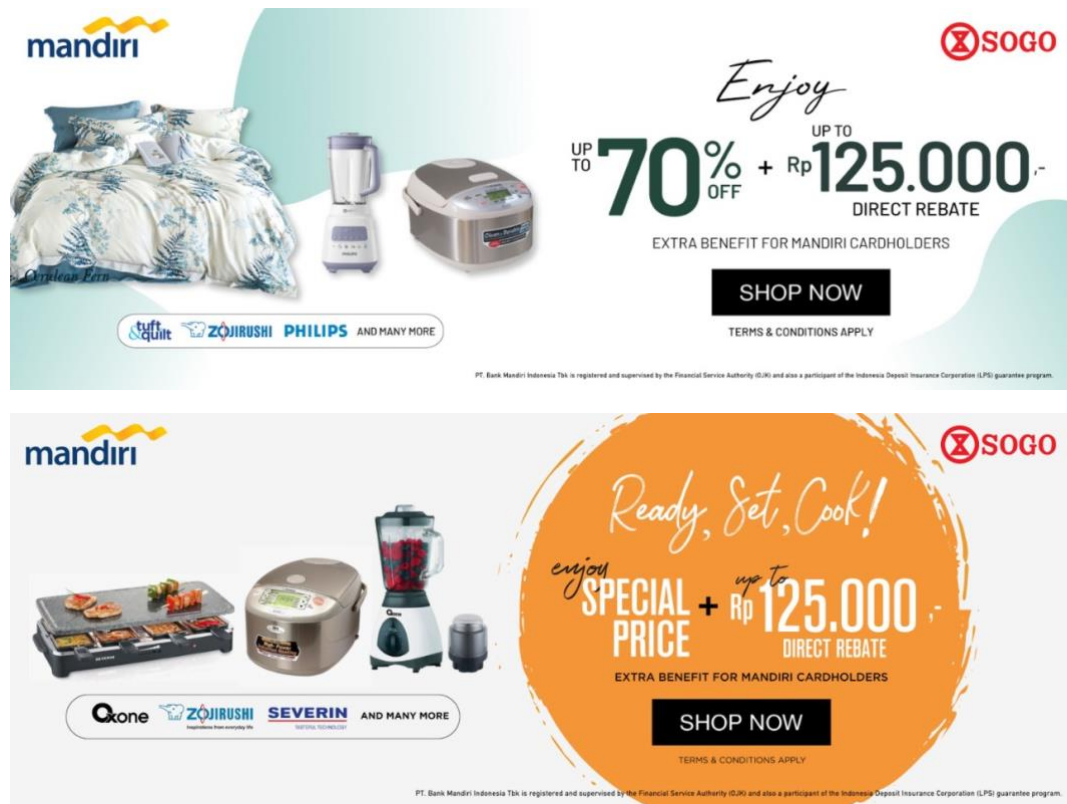
Gambar 3.2. Logo Zojirushi
(Sumber: Dokumentasi Perusahaan)

Penulis diminta untuk membuat *web banner* untuk *promotional* kedua produk tersebut yaitu Philips dan Zojirushi, yang berisikan promo saat penggunaan kartu bank tertentu pada *department store* SOGO dan seibu, penulis diminta untuk menggabungkan kedua *brand* tersebut dalam satu banner, dengan satu tittle tema yang sudah diberikan oleh *supervisor* penulis. Pada proses pembuatannya penulis menggunakan Teknik *digital imaging* dan variasi *font*, agar tetap terkesan *minimalist* dan *simple*. Pemilihan warna yang dipilih pun *fresh* dan *warm* dari alternatif yang penulis buat.

a. Brief

brief untuk pembuatan *digital web banner* ini diberikan melalui *email* oleh Edwin, dan dengan notifikasi whatsapp, isi *brief* di *email* tersebut berupa foto *item* yang akan di buat *web banner* oleh penulis serta tulisan promosi yang ada di *banner* tersebut yaitu, buat *keyvis banner* untuk philips & zojirushi, dengan judul pada *banner* promosi ini adalah kitchen 101, promo nya adalah 30%+Rp125.000 off, berlaku untuk bank Mandiri dan BRI Untuk SOGO dan Seibu.

Sebelum melakukan pengerjaan pada *banner* ini penulis diberikan referensi oleh *supervisor* penulis yaitu Edwin untuk memudahkan penulis dalam me *layout* dan memilih *font* yang sesuai pada *web banner* ini, berikut adalah referensi yang diberikan oleh Edwin.



Gambar 3.3. Referensi *Web Banner*
(Sumber: Dokumentasi Perusahaan)

Dari referensi yang diberikan oleh Edwin, penulis memiliki kesimpulan promo dari kedua *banner* tersebut lebih ditunjukkan dibandingkan dengan judul *banner* tersebut, serta pemilihan *font* pada promosi adalah Sans Serif dengan tujuan agar terlihat lebih jelas, untuk judul atau *title* dari *banner* tersebut adalah jenis *font* script, yang terkesan lebih feminis atau *stylish* karna target sasaran untuk peralatan rumah tangga lebih ke wanita, untuk elemen visual yang diberikan pada kedua *banner* tersebut, memiliki kesan *fresh* dan *calm* dapat dilihat daripemilihan warna, serta *item-item* yang di promosikan hanya di *crop* pada bagian item saja, dan memiliki kesan yang minimalis, agar target yang dituju dapat terfokus dengan promosi yang diberikan.

b. Konsep

Pada pengerjaannya penulis membuat dua alternatif untuk *web banner* ini alternatif pertama penulis membuat konsep yang bertemakan *fresh* seperti referensi yang diberikan *supervisor* lapangan penulis. Untuk alternatif kedua penulis menggunakan konsep *kitchen area* namun tetap terkesan *warm* dan minimalis.

c. Proses desain

Untuk proses awalnya penulis menggunakan *artboard* pada adobe illustrator dengan ukuran 1920 x 702 pixels, penulis melakukan Teknik *digital imaging* pada *web banner* ini, ukuran yang digunakan di tahap awal ini adalah sebagai *master file* yang akan diteruskan untuk ke ukuran selanjutnya. Tahapan awal yang penulis lakukan adalah men-*crop item* agar *background* belakangnya menjadi transparan dan mudah digunakan atau diaplikasikan di *artboard* yang penulis buat, penulis menggunakan format .png saat menyimpan foto *item* yang sudah penulis *crop* dengan menggunakan adobe photoshop.



Gambar 3.4. Foto *Item* Pertama
(Sumber: Dokumentasi Perusahaan)



Gambar 3.5. Foto *Item Kedua*
(Sumber: Dokumentasi perusahaan)

Setelah di *crop* penulis mencari foto pada *website* unsplash untuk digunakan sebagai *background* pada alternatif kedua, penulis mencari beberapa foto dapur yang setelahnya penulis asistensikan ke *supervisor*.



Gambar 3.6. Foto Dapur Pertama

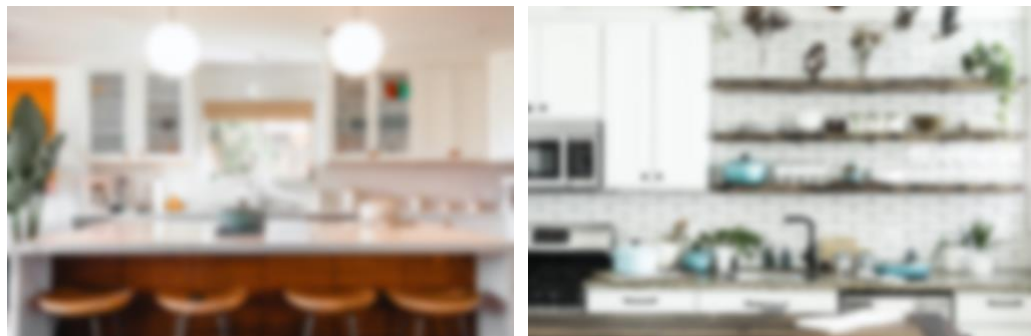
(Sumber: <https://images.unsplash.com/photo-1556912167-f556f1f39fdf?ixlib=rb-1.2.1&q=80&fm=jpg&crop=entropy&cs=tinysrgb&dl=roam-in-color-RryFk4n-vOs-unsplash.jpg>)



Gambar 3.7. Foto Dapur Kedua

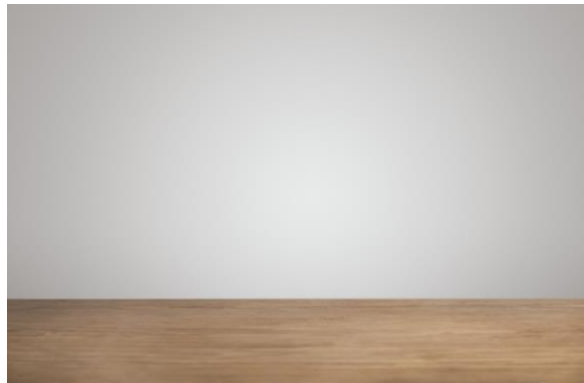
(Sumber: <https://images.unsplash.com/photo-1556910096-6f5e72db6803?ixlib=rb-1.2.1&q=80&fm=jpg&crop=entropy&cs=tinysrgb&dl=edgar-castrejon-CX8ooHa2yLA-unsplash.jpg>)

Setelahnya penulis mengedit foto-foto tersebut dengan menambahkan *brightness* dan *contrast* di adobe photoshop, setelahnya penulis memberikan *gaussian blur* agar saat pengaplikasian dengan *font* dan foto *item-item* produk, tidak terganggu dengan *background* yang penulis gunakan.



Gambar 3.8. Foto Kedua Dapur yang telah diberikan *brightness* dan *gaussian blur*

Proses selanjutnya penulis mencari gambar meja sebagai alas atau tatakan dari produk yang di promosikan pada *web banner* ini, penulismencari alas atau meja yang bertekstur kayu yang serat garis kayu tersebut kelihatan, agar lebih menyatu dengan *background* foto yang penulis pilih dengan *warm color*,



Gambar 3.9. Foto Alas atau Meja
(Sumber: https://www.freepik.com/free-photo/simple-background-with-empty-thick-wooden-table-cafe-shop-blank-white-wall_11621793.html)

Proses selanjutnya adalah proses penggabungan semua *asset* yang penulis buat ke dalam satu *artboard* dan di tata dengan sedemikian rupa berikut adalah dua alternatif yang penulis buat untuk *web banner* ini.



Gambar 3.10. Alternatif *Banner* Pertama

Pada alternatif pertama penulis menunjukkan kesan *fresh* dan *trendy* melalui pemilihan warna biru muda untuk *font* promosi penulis menggunakan warna turunan dari *background* biru muda, untuk judul penulis menggunakan warna hitam untuk mempertegas judul, dan penyesuaian *background*, selain itu penulis juga menggunakan *font* untuk judul dengan jenis script yang bernama Otella Regular, untuk tulisan promosinya penulis menggunakan *font* Cafe24 dengan perbedaan ukuran,

untuk Tulisan %, off, dan Rp penulis menggunakan Cafe24 Ssurround air, untuk tulisan EXTRA BENEFIT... penulis menggunakan *font* Optima



Gambar 3.11. Alternatif *Banner* Kedua

Pada alternatif kedua penulis cenderung memberikan kesan *warm* dan ingin menunjukkan kesan *stylish*, untuk judul penulis menggunakan *font* Montez Regular, untuk UP TO dan EXTRA BENEFIT... penulis menggunakan *font* Optima, untuk promosi pada *banner* ini penulis menggunakan *font* Stadium Regular, untuk warna judul penulis menggunakan warna hitam agar untuk mempertegas tulisan, untuk promosi penulis menggunakan warna coklat agar lebih memiliki satu kesatuan dengan warna meja dan tema keseluruhan.

Setelah penulis membuat kedua alternatif ini penulis asistensikan ke Edwin selaku *supervisor* lapangan penulis, yaitu Edwin memilih alternatif *banner* kedua, namun masih belum merasa cocok dengan pemilihan font penulis, Edwin menyarankan penulis untuk membuat beberapa alternatif *font* untuk penggunaan di alternatif *banner* yang kedua, selain itu penulis disarankan untuk memberikan sedikit *shadow* pada bagian bawah produk. Berikut adalah beberapa alternatif *font* yang penulis asistensikan ke Edwin.



Gambar 3.12. Alternatif *Font Banner* Kesatu

Pada alternatif *font* ini penulis masih menggunakan font yang sama pada bagian promosi, namun untuk bagian judul penulis menggunakan *font* LeckerliOne Regular. Kedua *banner* ini memiliki *button shop now* untuk memudahkan target pasar mengunjungi *website* yang dituju.



Gambar 3.13. Alternatif *Font Banner* Kedua

Pada alternatif ini penulis masih menggunakan *font* yang sama pada bagian promosi namun pada bagian judul penulis mengganti *font* menjadi Berkshire Swash Regular.



Gambar 3.14. Alternatif *Font Banner* Ketiga

Pada alternatif ini pada tulisan UP TO dan EXTRA BENEFIT... penulis masih menggunakan *font* Optima Regular, untuk judulnya penulis menggunakan *font* Redressed Regular, menurut penulis *font* ini terkesan feminis namun masih terkesan tegas dengan penggambaran *brush* yang *bold*. Untuk *font* bagian promosi penulis menggunakan *font* Amphora Regular, alasan penulis menggunakan *font* ini tebal tipis *font* ini menunjukkan kesan elegan dan minimalis



Gambar 3.15. Alternatif *Font Banner* Keempat

Pada alternatif banner ini penulis menggunakan Amphora Regular pada *font* bagian promosi, dan menggunakan *font* Yellowtail Regular, yang

memiliki kesan feminim dan tegas, agar lebih terlihat lebih menonjol di bagian *banner* ini.



Gambar 3.16. Alternatif *Font Banner* Kelima

Pada alternatif ini penulis menggunakan *font* Cokanut Light pada judul yang menurut penulis terkesan *stylish* dan sedikit feminim, untuk *font* pada tulisan promo pada *banner* ini penulis menggunakan *font* playfair, karna memiliki kesan minimalis dan modern dengan ujung-ujung pada *font*nya yang lancip. Setelah penulis asistensikan beberapa alternatif *font-font* pada banner, Edwin memilih alternatif *font* pada banner ke lima.

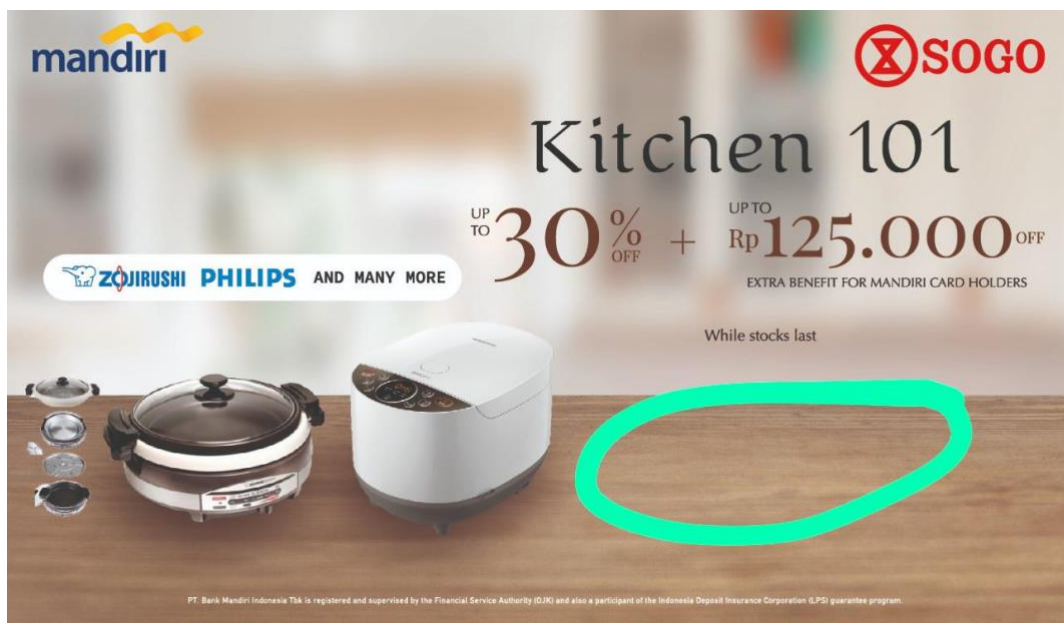
d. Proses Revisi

Setelah penulis asistensi dan mendapatkan *approval* melalui pesan whatsapp, *supervisor* lapangan penulis meminta untuk meneruskan ke 12 ukuran *web banner* lainnya, pada proses penerusan ke 12 *banner* ini penulis selalu asistensikan ke *supervisor*, setelahnya *supervisor* memberikan revisi ke penulis, yang pertama adalah untuk menggeserkan *background* agar lebih ke kiri, sehingga warna oranye di background tidak bertabrakan langsung dengan logo mandiri. Berikut adalah revisi yang *supervisor* lapangan kirimkan melalui whatsapp.



Gambar 3.17. *Banner* yang dijadikan *Key visual* dan *Background* Sudah direvisi.

Banner inilah yang dijadikan patokan untuk diteruskan ke 12 ukuran lainnya. Berikut adalah revisi yang diberikan oleh Edwin selaku supervisor lapangan.



Gambar 3.18. Revisi *Banner* Ukuran 750 x 440 Pixels Untuk Facebook *Ads*

Supervisor me-request untuk menata ulang, penempatan tulisan pada banner tersebut, agar tidak terlihat terlalu kosong.



Gambar 3.19. Revisi *Banner* Ukuran 300 x 300 Pixels



Gambar 3.20. Revisi *Banner* Ukuran 800 x 800 Pixels

Supervisor me-request untuk melihat kembali format saat menyimpan gambar, karena kedua gambar tersebut memiliki warna yang berbeda, selain itu *supervisor* penulis juga meminta untuk menata ulang Kembali agar terlihat tidak terlalu kosong dan lebih *variative* dalam teknik *layout* nya.



Gambar 3.21. Revisi *Banner* Ukuran 720 x 1280 Pixels
Untuk Instagram Story

Untuk *banner* ukuran 720 x 1280 pixels *supervisor* mengatakan untuk *me-layout* ulang dan untuk mengecek Kembali format pada saat menyimpan hasil desain tersebut.

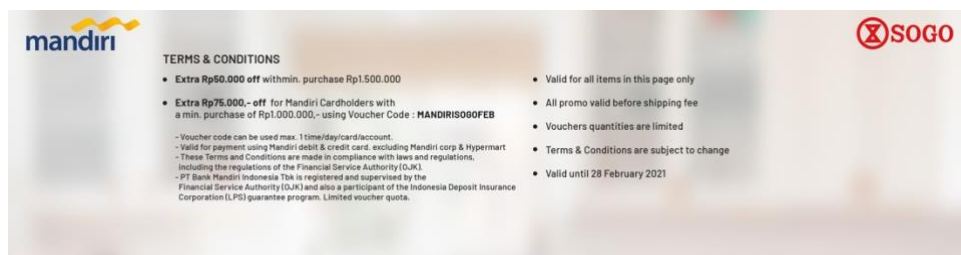
e. Final

Pada pembuatan *digital web banner* ini penulis menggunakan Teknik *digital imaging*, yaitu memberikan bayangan pada produk dan memeberikan efek *gaussian blur* dan menambahkan *brightness* dan *contrast* pada *background banner* tersebut, dari 13 ukuran *banner* yang penulis teruskan beberapa dari *banner* tersebut memiliki *layout* yang sedikit berbeda, karena menyesuaikan dengan ukuran *banner*, namun masih dalam

satu kesatuan tema yang sama dengan beberapa variasi yang berbeda. Berikut adalah desain final yang penulis rancang.



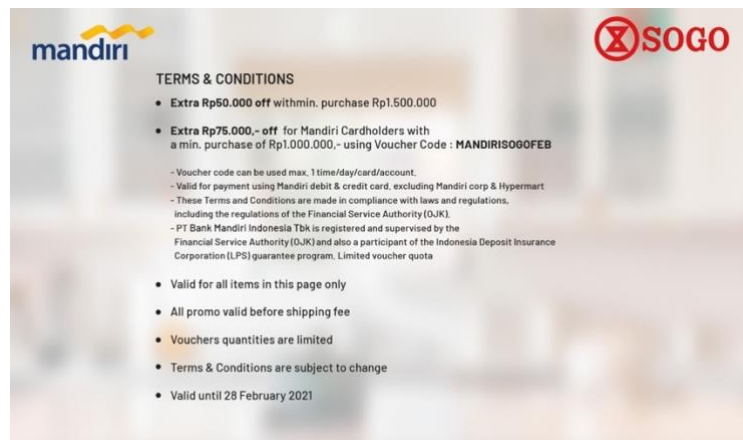
Gambar 3.22. *Banner* Final Ukuran 1920 x 702 Pixel, Untuk *Website* SOGO



Gambar 3.23. *Banner* Final Ukuran 1920 x 502 Pixel Untuk T&C pada *Website*



Gambar 3.24. *Banner* Final Ukuran 750 x 440 Pixel Untuk Facebook *Ads*



Gambar 3.25. *Banner* Final Ukuran 750 x 440 Pixel Untuk Facebook ads T&C

Banner-banner yang telah penulis buat, digunakan untuk keperluan promosi di beberapa *platform* media sosial, seperti Facebook, dan *website* SOGO. Dan beberapa *e-commerce*.



Gambar 3.26. *Banner* Final Ukuran 720x1280 & 800 x 800 Pixel Untuk Insta Story dan *Feeds*



Gambar 3.27. *Banner* Final Ukuran 300 x 300 & 1080 x1080 Pixel.

Banner ini idgunakan untuk media sosial Instagram, sebagai *advertising* di Instagram, selain itu beberapa dari *banner* ini dijadikan iklan *pop up*, yang biasanya digunakan di *e-commerce* yang bekerja sama dengan SOGO ataupun *social media*.



Gambar 3.28. *Banner* Final Ukuran 535 x 454 & 535 x 511 Pixel.



Gambar 3.29. *Banner* Final Ukuran 750 x 440 Pixel.

Penulis membuat *banner* ini untuk promosi pada *website* ataupun *platform social media* yang dimana SOGO memiliki akun di *platform social media* tersebut, *banner* yang memiliki *button shop now* biasanya digunakan untuk iklan *pop up* di *website-webiste* tertentu.



Gambar 3.30. *Banner* Final Ukuran 600 x 314 Pixel.



Gambar 3.31. *Banner* Final Ukuran 252 x 511 Pixel.

Sama seperti dengan fungsi *banner* lainnya, *banner* dengan ukuran 252 x 511 Pixel ini merupakan *pop up* banner yang nantinya akan tersebar di *website-website*, biasanya iklan *pop up* ini muncul apabila menggunakan perangkat lunak seperti laptop atau di PC, *pop up button* pada *banner-banner* promosi ini, apabila di klik akan langsung *direct* ke *website* SOGO di bagian *Promo from the bank* atau *deals*. Sehingga konsumen yang tertarik untuk membeli, akan lebih mudah untuk ke menu yang ingin dituju.



Gambar 3.32. Penerapan Desain pada Instagram Story

Untuk *banner* yang di *post* pada *social media* Instagram penulis mendapat *request* dari Edwin selaku supervisor lapangan untuk menambahkan logo at MAPclub pada *banner* tersebut dan menambahkan gif yang bertuliskan *Swipe Up to Shop*, penulis menambahkan gif dengan menggunakan adobe photoshop.

2. Minimalist Banner Philips untuk Tokopedia

a. Brief

Penulis diminta untuk membuat *promotional banner* untuk di Instagram, promosi *banner* ini berlaku di Tokopedia dan blibli, tujuan dari pembuatan *banner* ini adalah untuk memberi tahu konsumen mengenai promosi potongan harga, penulis diberikan *brief* melalui whatsapp, berikut adalah *screenshot* dari *brief* yang diberikan oleh supervisor penulis.



Gambar 3.33. Rincian *Brief* untuk *Banner* Melalui *Chat*

Penulis diberikan *brief* untuk membuat *banner* untuk Blibli dan tokopedia, selain itu *supervisor* juga menambahkan untuk membuat *banner* Instagram story, untuk foto produk sendiri menggunakan *crop*-an produk yang sudah penulis *crop* sebelumnya di adobe photoshop, untuk *banner* blibli ada beberapa *banner* yang hanya membutuhkan *re-size* ukuran, untuk *banner* lainnya penulis dibebaskan untuk me *layout* nya namun masih dalam gaya desain Philips, untuk detail ukuran pada *banner* ini juga sudah diberikan melalui *chat* whatsapp dari *supervisor* penulis. Pada pembuatan *banner* ini penulis hanya menggunakan Teknik *digital imaging* dan membuat beberapa elemen-elemen vector di adobe illustrator.

b. Konsep

Seperti arahan dari *supervisor* lapangan penulis melalui chat, *banner* dibuat sesuai dengan tema Philips, yang elegan dan minimalis, sehingga penulis membuat desain dengan *layout* yang *clean*, penulis membuat beberapa alternatif dalam pembuatan desain ini.

c. Proses Desain

Sebelum penulis memulai desain, *supervisor* memberikan gambaran referensi mengenai *banner* yang pernah dibuat sebelumnya, berikut adalah referensi dari *supervisor* lapangan.



Gambar 3.34. Contoh Referensi untuk Desain *Banner* Philips
(Sumber: Dokumentasi Perusahaan)

Dari referensi yang diberikan penulis membuat beberapa alternatif *banner* untuk diasistensikan ke *supervisor* lapangan penulis. Pada pembuatan *banner* Tokopedia untuk Instagram story, penulis membuat vector-vector berbentuk lengkungan yang penulis sesuaikan dengan produk yang di promosikan yaitu *air fryer*, vector yang penulis gunakan diberi warna, warna turunan dari hijau.



Gambar 3.35 Foto Produk *Air Fryer*
(Sumber: Dokumentasi Perusahaan)



Gambar 3.36. Alternatif Desain *Banner* untuk Instagram Story

Pada alternatif tersebut penggunaan warna yang penulis gunakan adalah menggunakan Teknik *gradient* dari hijau tua ke muda, selain itu penulis juga memberikan *drop shadow* pada produk dan *button swipe up to shop* di *banner* tersebut, untuk tulisan Up to 30% off, penulis menggunakan *font* Barlow Semibold, dari keempat alternatif tersebut penulis asistensikan ke *supervisor*, dan *supervisor* memilih *banner* dengan desain keempat atau kanan bawah.

d. Revisi

Setelah penulis men-asistensikan desain alternatif *banner*, penulis mendapat beberapa revisi, mulai dari mengganti warna bagian bawah mengikuti warna *gradient* vector setengah lingkaran di atasnya, mengganti warna *background* menjadi putih agar tidak terlalu gelap, selain itu penulis disarankan untuk menurunkan *opacity drop shadow* pada *button swipe up to shop* agar tidak terlalu menonjol dan mengganggu logo Tokopedia di atasnya.

e. Final

Penulis menggunakan Teknik *digital imaging*, pada pembuatan *banner* ini, penulis memberikan *drop shadow* agar terlihat tampak lebih nyata, selain itu penulis memberikan beberapa bentuk vector dengan menyelaraskan dari bentuk produk yang di promosikan. Berikut adalah hasil final dari desain *banner* yang penulis buat untuk Instagram story.



Gambar 3.37. Desain Final untuk Instagram Story

3. Pembuatan Banner Philips untuk Blibli

a. *Brief*

Pada *brief* ini hampir sama dengan *brief* sebelumnya, namun *supervisor* penulis berpesan dibuat sedemikian rupa, tanpa menggunakan warna yang banyak, sehingga terlihat minimalis, dan simple. *Brief* diberikan melalui whatsapp *chat* dan *wording* yang diberikan pun hanya berupa tulisan promosi Up to 30% off

b. Konsep

Seperti yang sudah diarahkan sebelumnya yaitu membuat desain yang *clean*, seperti pada desain-desain produk Philips lainnya, penulis juga membuat beberapa vector sebagai *background* dari banner ini, agar terlihat tidak terlalu kosong, vector yang penulis buat juga masih dalam gaya yang minimalis.

c. Proses Desain

Dalam proses desain ini penulis masih menggunakan referensi yang sama seperti yang diberikan oleh *supervisor* penulis yaitu Edwin, penulis juga membuat beberapa alternatif desain agar Edwin dapat memilih desain yang penulis buat, sama dengan proses sebelumnya penulis menggunakan foto yang sudah penulis *crop* di adobe photoshop dan menyimpannya dalam format .png sehingga foto tersebut memiliki *background* tranparan,

Penulis juga membuat beberapa elemen agar tidak terlihat kosong, penulis membuat beberapa vector, seperti lingkaran ataupun pola-pola vector organik seperti ombak, tidak lupa penulis memberikan warna dengan penggunaan *gradient* agar terlihat lebih dinamis dengan perbedaan warna yang *contrast* di bagian kotak biru yang berisikan logo Philips dan promo 30% off. Berikut adalah beberapa alternatif yang penulis buat.



Gambar 3.38. Desain Alternatif Ukuran 800 x 800 Pixel

Penulis asistensikan ketiga alternatif tersebut, untuk mendapatkan *approval* dari supervisor dan agar *supervisor* memilih satu desain yang penulis buat untuk diteruskan ke beberapa ukuran. Edwin selaku *supervisor* memilih desain ketiga yang memiliki lingkaran dengan *gradient* warna dari abu tua ke abu-abu muda, setelah mendapatkan *approval* penulis melanjutkan ke beberapa ukuran, sesuai dengan *brief* yang diberikan.

d. Finalisasi

Pada tahapan ini penulis membuat turunan ukuran *banner* dari *key visual banner* yang sudah mendapatkan *approval* dari supervisor, terdapat tiga ukuran untuk turunan *banner* ini yaitu 779 x 302 pixel, 1080 x 600 pixel dan 1080 x 302 pixel yang ukurannya hampir sama, pada *banner* ini penulis juga menggunakan *font* Barlow Semibold agar terkesan *simple* dan tegas, berikut adalah hasil dari turunan *banner* yang penulis buat.



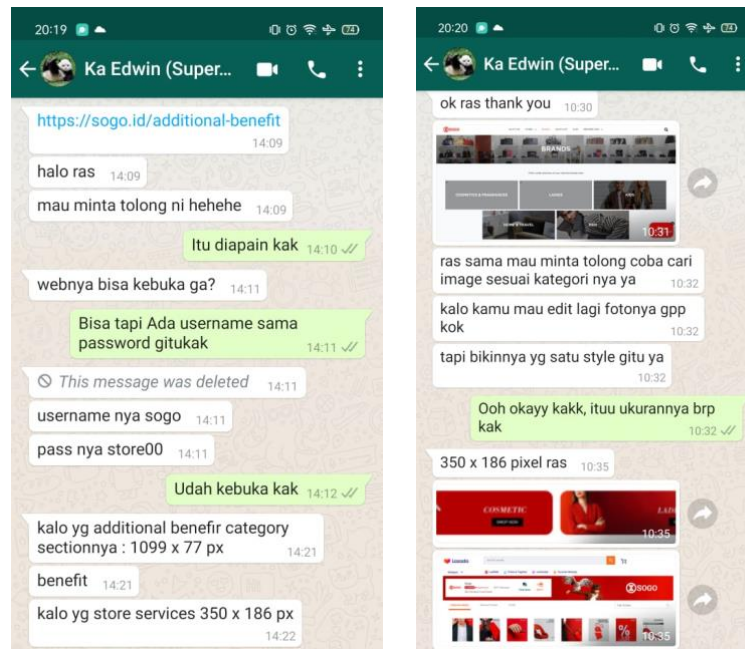
Gambar 3.39. Desain Turunan *Banner* Ukuran 779 x 302 Pixel



Gambar 3.40. Desain Turunan *Banner* Ukuran 1080 x 600 Pixel

4. Membuat desain banner dan icon untuk website SOGO

a. Brief



Gambar 3.41. Brief untuk Beberapa Komponen Website

Penulis diminta untuk membuat beberapa komponen *website*, yang pertama membuat *banner additional benefit option* pada *website* dengan ukuran 1099 x 77 pixel, lalu penulis juga diminta untuk membuat *icon* untuk bagian *store service option* dengan ukuran 350 x 186 pixel, dan penulis juga membuat dan mencari foto untuk dijadikan *banner* pada *image category option* dengan ukuran 350 x 186 pixel. *Supervisor* lapangan juga memberikan referensi mengenai *image category* yang sebelumnya pernah dibuat, referensi tersebut didominasi warna merah dan penggunaan *drop shadow* pada beberapa gambarnya.

b. Konsep

Untuk pembuatan *additional benefit category option* penulis menggunakan tema yang menyesuaikan dari *section* yang ada pada kategori tersebut, namun semua foto penulis sama ratakan tingkatkan *brightness* dan *contrast*

sehingga menjadi satu kesatuan. Untuk *icon store service* penulis dibantu dengan Edwin selaku *supervisor* untuk membuat beberapa *icon* nya. Untuk *image category* penulis membuat tiga alternatif tema konsep, yang pertama warna dominan coklat dan *cream*, yang kedua penulis membuat *background* warna abu-abu serta pemilihan foto dengan pilihan yang tidak banyak warna atau satu warna turunan, penulis juga melakukan *cropping* foto agar *background* dapat disesuaikan, dan menambahkan *drop shadow* agar lebih selaras, untuk konsep ketiga penulis dominan menggunakan warna merah dan putih seperti tema besar SOGO.

c. Proses Desain

Untuk proses desain *additional benefit* penulis mencari foto di unsplash, setelahnya penulis menyamakan tingkat *brightness* dan *contrast* pada foto-foto yang penulis unduh setelah itu untuk menyesuaikan ukuran ke 1099 x 77 pixel penulis menggunakan *clipping mask*, lalu penulis membuat *brush stroke* di bagian tengah *banner* tersebut, dan mengatur tingkat *opacity* semakin ke tengah tingkat *opacity* semakin tinggi, untuk *font* pada *banner* ini penulis menggunakan Gotham-Bold agar dapat terlihat dengan jelas.

Untuk proses desain *icon store service* penulis memulainya dengan melihat ke referensi di *website* sebelumnya, setelah itu penulis membuat langsung menggunakan vector dalam bentuk *shape* atau *line* dari foto asli di *website* tersebut, penulis melakukan proses simplifikasi dari foto ke bentuk vector, untuk *background* dari *icon* tersebut penulis menggunakan warna merah SOGO, dan untuk *icon* penulis menggunakan warna putih.

Dalam proses pembuatan *image category option* penulis menentukan tema terlebih dahulu, selanjutnya dari tema tersebut penulis mencari foto-foto yang akan dikelompokkan ke dalam tema konsep yang penulis buat, pada prosesnya ada beberapa foto yang *background* nya penulis ubah untuk disesuaikan dengan konsep, tidak lupa penulis juga memberikan *drop shadow* agar foto dan background terlihat selaras.

d. Final

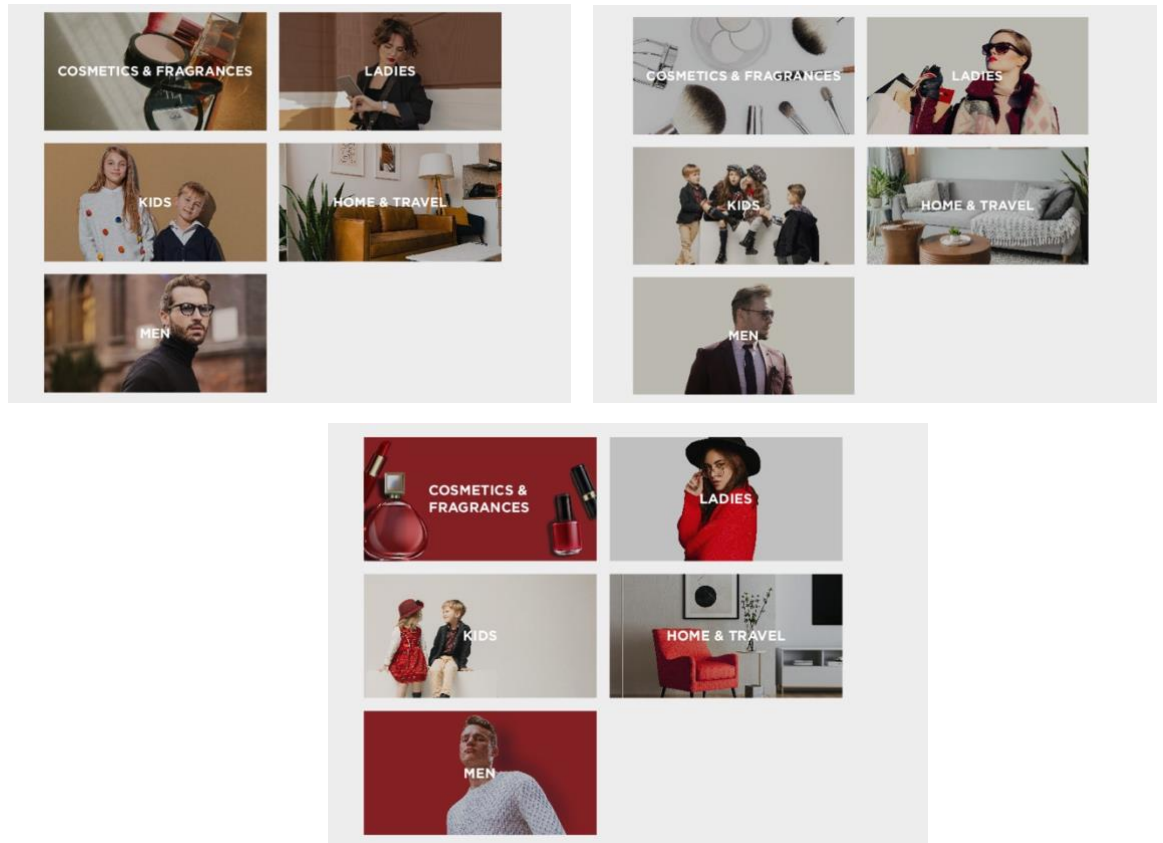
Berikut adalah hasil dari proses desain yang penulis lakukan pada pembuatan komponen-komponen untuk *website* SOGO.



Gambar 3.42. Hasil Final untuk Desain *Additional Benefit*



Gambar 3.43. Hasil Final untuk Desain *Icon Store Service Banner*



Gambar 3.44. Hasil Final untuk Desain *Image Category Banner*

Setelahnya penulis mengirimkan beberapa *file* yang sudah selesai ke Edwin selaku *supervisor* lapangan untuk *approval*, setelah di *approved* penulis mengirimkan ke Kevin dari divisi *social media* beberapa *file* juga penulis kirimkan ke Aryo dari divisi *social media* selaku penanggung jawab website SOGO, ada beberapa revisi yang penulis lakukan sesuai dengan *request* dari Aryo selaku penanggung jawab *website* ini. Untuk pengiriman *file* biasanya penulis menggunakan platform WeTransfer untuk memudahkan proses pengiriman *file*.

3.3.2. Kendala yang Ditemukan

Kendala utama yang penulis hadapi adalah penyesuaian dalam pembagian waktu kerja, terlebih karena penulis melakukan praktik kerja magang pada saat pandemic berlangsung, sehingga penulis cukup kesulitan untuk membagi waktu. Dikarenakan kondisi pandemik penulis melakukan praktik kerja magang secara *online* yaitu *Work from home*, penerapan *work from home* atau WFH ditetapkan oleh HRD dan diberitahukan ke penulis pada saat penerimaan magang di perusahaan tersebut, dikarenakan penulis bekerja menggunakan *system* WFH waktu kerja penulis terkadang tidak menentu, apabila bekerja secara WFO biasanya jam kerja mulai dari 8.30 pagi hingga 17.30 sore, namun karena penulis melakukan praktik kerja magang ini menggunakan *system* WFH waktu kerja penulis sampai dengan pekerjaan yang diberikan selesai, terlebih apabila penulis mendapatkan pekerjaan yang *deadline*-nya ke esokan harinya, selain itu beberapa kali penulis mendapatkan *brief* pekerjaan disore hari sehingga hal tersebut menyebabkan penulis menyicil pekerjaan diluar jam kerja.

Selanjutnya adalah pemberian *brief*, awal mulanya penulis mendapatkan *brief* melalui *supervisor* lapangan, namun seiring waktu terkadang beberapa divisi sering memberikan *brief*, sehingga menyebabkan penumpukan tugas, yang dikarenakan *brief* yang diberikan sering tanpa pengetahuan *supervisor* penulis, hal tersebut menyebabkan penulis sering melakukan pekerjaan diluar jam kerja, agar dapat menyelesaikan tugas yang diberikan ke penulis.

Selain itu proses pengerjaan desain terkadang ada kendala pada saat ingin revisi, dikarenakan WFH proses asistensi pengerjaan dan pemberian pun secara *online*, terkadang di beberapa pekerjaan penulis mendapatkan cicilan revisi-revisi minor, sehingga proses revisi menurut penulis kurang efektif, karena hanya melalui whatsapp *chat* saja.

3.3.3. Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Solusi dari permasalahan tersebut adalah penulis harus pintar-pintar mengatur waktu atau manajerial waktu, serta memprioritaskan mana pekerjaan yang *deadline* lebih dekat dan proses pekerjaan yang cukup lama, dengan memprioritaskan

pekerjaan penulis secara perlahan dapat mengatur waktu pengerjaan pekerjaan yang diberikan secara optimal, selain itu penulis sebisa mungkin menenangkan pikiran, jangan keburu panik, sehingga pekerjaan-pekerjaan tersebut dapat terselesaikan dengan baik dan dengan waktu yang tepat.

Untuk masalah *brief* yang sering datang dari beberapa orang, biasanya penulis menanyakan ke *supervisor* bagaimana baiknya, karena menurut penulis saran dari *supervisor* ini sangat membantu untuk menentukan prioritas tugas yang diberikan ke penulis, selain itu *supervisor* lapangan juga sering mengingatkan penulis agar menjelaskan terlebih dahulu ke divisi lain apabila penulis sedang mengerjakan kerjaan dari *supervisor*, namun sering kali penulis diberikan *brief* baru oleh divisi tersebut, sehingga divisi tersebut paham dengan kondisi penulis dan mengetahui bahwa penulis memprioritaskan tugas sesuai dengan anjuran dari *supervisor* lapangan.

Untuk kendala mengenai proses revisi, biasanya apabila yang di revisi adalah *motion graphic* penulis sering melakukan zoom ke *supervisor* sehingga apa yang diinginkan *supervisor* dapat diberitahukan dengan mudah, sedangkan apabila ada revisi melalui whatsapp *chat* biasanya penulis menunggu untuk beberapa waktu, agar revisi yang disampaikan terkumpul, dan mengerjakannya secara berbarengan, sehingga tidak bolak-balik asistensi setiap saat.